

24.09.2022

15 JAHRE SWISSQPRINT AUS DER SCHWEIZ IN DIE GANZE WELT

Der Schweizer Hersteller hochwertiger Grossformatdrucker feiert sein 15-jähriges Bestehen. Aus einem Sechsmann-Betrieb ist ein international tätiges Unternehmen mit 200 Mitarbeitenden geworden.



Die Gründer von swissQprint aus dem Jahre 2007 (von rechts) Roland Fetting, Hansjörg Untersander und Reto Eicher sind nach wie vor operativ im Unternehmen in Kriessern tätig. Kilian Hintermann (links) ist heute CEO.

Am 17. September 2007 liessen RETO EICHER, ROLAND FETTING und HANSJÖRG UNTERSANDER das frisch gegründete Unternehmen *swissQprint* im Handelsregister eintragen. Mit sechs Mann startete das Unternehmen. Bereits mit im Boot war auch der heutige CEO, KILIAN HINTERMANN. Im Folgejahr, mitten in der Finanzkrise und der zum Trotz, brachte das Team den ersten *swissQprint*-Flachbettdrucker auf den Markt.

Eindrückliches Wachstum

Mittlerweile beschäftigt *swissQprint* rund 200 Menschen. 130 sind am Hauptsitz in Kriessern tätig, die Gründer miteingeschlossen. Knapp 70 Angestellte engagieren sich in Tochterunternehmen in Deutschland, Spanien, Belgien, dem Vereinigten Königreich, den USA und in Japan. Das Unternehmen ist auch während der Pandemiejahre gewachsen und hat Entwicklungsprojekte vorangetrieben. Das neueste Produkt, der High-End-Drucker *Kudu*, kam im Mai dieses Jahres auf den Markt.

Das Produktsortiment umfasst heute acht Modelle; sechs Flachbett- und zwei Rol-

lendrucker. Mehr als 1.600 *swissQprint*-Maschinen stehen weltweit im Einsatz. Für Verkauf und Service sind sowohl die sechs Töchter als auch über 30 Vertriebspartner rund um den Globus verantwortlich.

Entwicklungs- und Produktionsstandort der Maschinen ist der Schweizer Hauptsitz Kriessern. Von hier aus erfolgt neuerdings auch der Vertrieb für den Heimmarkt Schweiz.

Anerkanntes Label

Vor allem in Werbetechnik- und Digitaldruckkreisen ist *swissQprint* ein anerkanntes Label, das für Qualität, Zuverlässigkeit und Langlebigkeit steht. Tatsächlich funktionieren sogar die allerersten Drucker immer noch wie ein Schweizer Uhrwerk. Anwender schätzen die Vielseitigkeit und Anwenderfreundlichkeit der Grossformatdrucker, die auch dank ihrer Effizienz eine hohe Wertschöpfung erzielen.

> www.swissqprint.com

MEDIEN Wachstum im Werbemarkt

Pandemiebedingt waren die Werbeausgaben branchenübergreifend abgestürzt. Inzwischen steigen die Investitionen wieder. Treiber dieser Entwicklung sind die höheren Ausgaben für Dialogmedien. So sind nach den Ergebnissen des *Dialogmarketing-Monitor 2022* der *Deutschen Post* die Werbeausgaben in Deutschland 2021 im Vergleich zum Jahr 2020 um 6% auf 41,8 Mrd. € gestiegen. Damit kehrt der Gesamtumsatz allerdings noch nicht zum Vorkrisenniveau zurück.

Die Ausgaben für klassische Medien stiegen um 5% auf 19,8 Mrd. €. Doch knapp über die Hälfte der Gesamtausgaben fallen auf Dialogmedien (Digi-

in diese Werbemassnahmen steckten. Darauf folgt die Fernsehwerbung mit 7,0 Mrd. €, die die Ausgaben für Anzeigenwerbung (6,8 Mrd. €) und Werbesendungen (5,9 Mrd. €) überholte. In gedruckte Werbung investierte vorrangig der Handel.

Werbesendungen bleiben dem *Dialogmarketing-Monitor* zufolge weiter ein wichtiges Marketinginstrument mit hohem Aufmerksamkeitswert: 75% der Haushalte finden mindestens einmal die Woche eine Werbesendung im Briefkasten und schenken ihnen Aufmerksamkeit: 80% der befragten Personen blättern die Werbesendungen durch, knapp 60% schauen sie intensiver an und jede zweite Person (50%) berücksichtigt die Informationen bei einer Kaufentscheidung.



tmarketing, Print-Mailings und Telefon-Marketing). Mit einem Plus von 8% erzielten die Bereiche einen bisherigen Höchstwert von 22,0 Mrd. €. Das Digitalmarketing dominiert die Budgets und steht mit 15,2 Mrd. € an erster Stelle. Das ist ein Zuwachs von 15%. «Digital first» gilt besonders für Handels- und Dienstleistungsunternehmen, die 47% ihres Gesamtbudgets

Für den *Dialogmarketing-Monitor 2022* befragte das *Marktforschungsinstitut Statista Q* im Auftrag der *Deutschen Post* rund 1.500 Marketingentscheider zu ihren Werbeaktivitäten und Budgets im Jahr 2021. Darüber hinaus wurden rund 1.500 Privatpersonen befragt.

> <https://shop.deutsche-post.de/dmm-2022>